

HELVETIA GENERATIONEN- STUDIE

Welche Versicherung ist den Generationen wichtig?

IPSOS im Auftrag von Helvetia

Wien, Jänner 2024

einfach. klar. helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung

Studiendesign

Auftraggeber Helvetia Versicherung AG

Thema Generationenstudie

Zielgruppe Versicherungsfähige Bevölkerung in Österreich, 15-70 Jahre

Methode Quantitative, online CAWI-Befragung (Computer Assisted Online Interviews)

**Stichproben-
größe** N=1.600, n=400 pro Generation disproportional, repräsentative Rückgewichtung,
maximale Schwankungsbreite +-2,5%

Feldzeit 30.05.2023 - 20.06.2023

Generationen Konzept



Baby Boomer
1953 – 1964

Den besonderen Namen trägt diese Generation aufgrund der hohen Geburtenrate, die mit zunehmenden Wohlstand einherging.



Generation X
1965 – 1979

Sie wuchsen mit der Wirtschaftskrise, technischen Fortschritten, Arbeitslosigkeit und Umweltkatastrophen auf. Diese Generation betrachtet die Arbeit eher als Mittel zum Zweck.



Generation Y / Millennials
1980 – 1994

Sie gehören zu den ersten Digital Natives und legen viel Wert auf eine gesunde Work-Life-Balance.



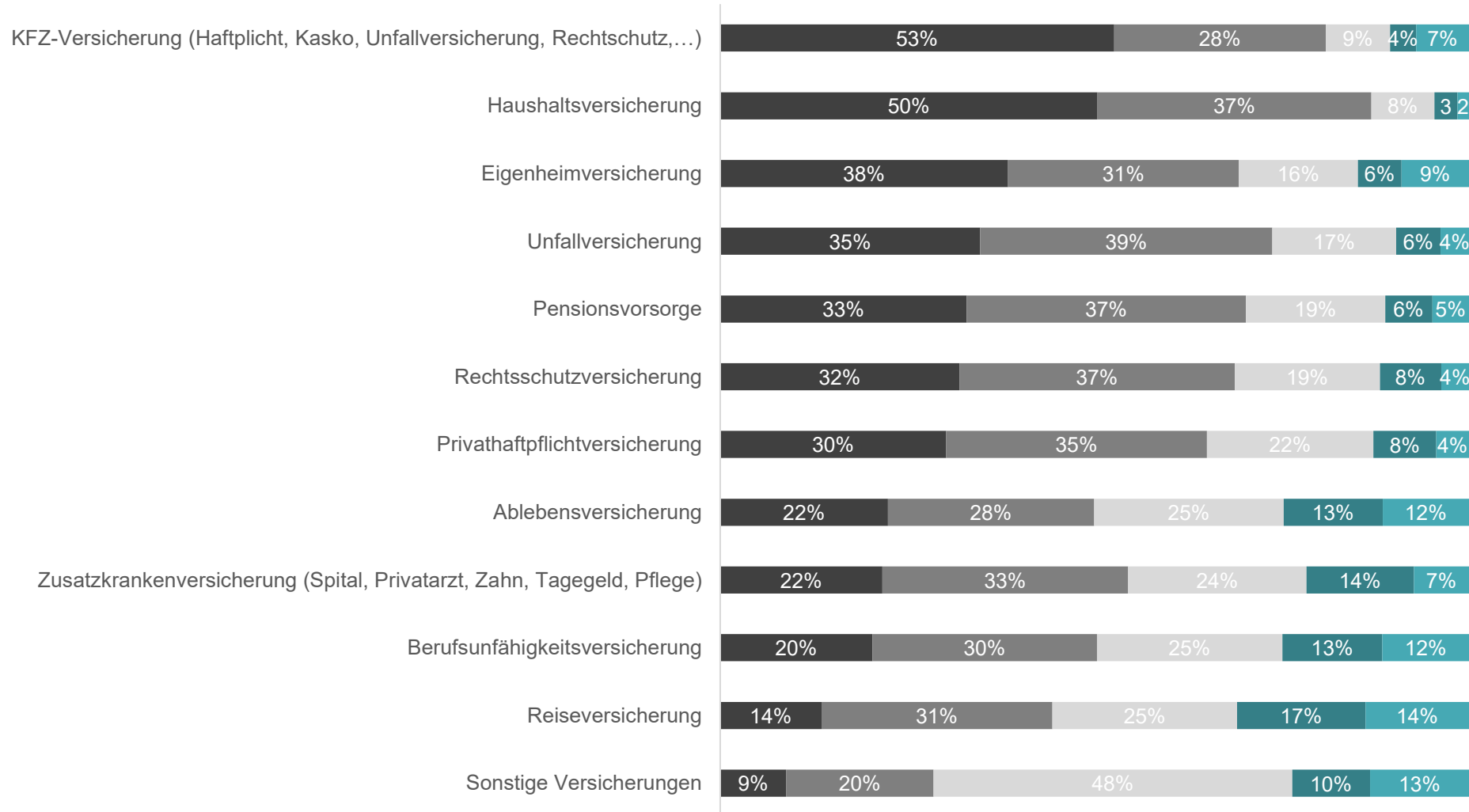
Generation Z
1995 – 2010

Sie sind die erste Generation, die mit den digitalen Technologien aufgewachsen ist. Der Alltag findet sowohl in der virtuellen als auch in der realen Welt statt.

Wichtigkeit einzelner Versicherungssparten

Sachversicherungen am wichtigsten

■ Sehr wichtig ■ Eher wichtig ■ Weder noch ■ Eher unwichtig ■ Völlig unwichtig



■ Signifikante Unterschiede bei

Baby B: 64%

Baby B: 60%

Baby B: 49%; Gen Y: 33%

Gen Z: 48%

Gen X: 17%; Gen Z: 28%

Baby B: 13%; Gen Z: 26%

Gen X: 8%

Baby B: 4%; Gen X: 4%; Gen Z: 17%

Wichtigkeit einzelner Versicherungssparten

Ranking nach % "Sehr wichtig" pro Generation

